

O DIREITO À COMUNICAÇÃO POR MEIO DO RÁDIO: EDUCAÇÃO DIGITAL E MIDIÁTICA NO CONTEXTO DOS MOVIMENTOS SOCIAIS E DA ONTOLOGIA DA RADIOMORFOSE ALTERNATIVA

THE RIGHT TO COMMUNICATION THROUGH RADIO: DIGITAL AND MEDIA EDUCATION IN THE CONTEXT OF SOCIAL MOVEMENTS AND AN ALTERNATIVE RADIOMORPHOSIS ONTOLOGY

Artigo recebido em: 26/11/2025

Artigo aceito em: 25/2/2026

Debora Maria dos Santos*

*Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Recife, Pernambuco, Brasil
deboramariasantos1@gmail.com

Gabriel Kafure da Rocha**

**Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Natal, Rio Grande do Norte, Brasil
gkafure@gmail.com

The authors declare that there is no conflict of interest

Resumo

Este artigo analisa a convergência entre comunicação popular, radiodifusão e os novos paradigmas da Educação Digital e Midiática propostos pelo MEC, o estudo procura demonstrar como o entendimento crítico da mídia é um pressuposto para a cidadania e para a atuação dos movimentos sociais. Investigando aspectos da relação publicitária e a programação radiofônica, a pesquisa demonstra que o letramento mediático é fundamental para o exercício da cidadania e o fortalecimento de movimentos sociais. Metodologicamente, o estudo utiliza análise documental e de conteúdo sonoro para examinar a radiomorfose alternativa. O foco recai sobre o papel das rádios livres e etnomídias — indígenas e negras — como ferramentas decoloniais de enfrentamento ao racismo estrutural. O trabalho introduz também o conceito de Aquilombamento Virtual Midiático (AVM), definindo-o como uma categoria analítica central para compreender a resistência dessas comunidades no ambiente digital através de podcasts e web-rádios. Conclui-se que tais iniciativas operam uma "guerrilha das ondas", promovendo contra-narrativas e paridade de participação contra o mainstream. Por fim, defende-se que a Educação Midiática deve priorizar a interiorização e a visibilidade das vozes minoritárias, integrando produções alternativas ao ambiente escolar como estratégia crítica para a reconfiguração dos territórios simbólicos e a democratização da comunicação no Brasil.

Abstract

This article analyzes the convergence between popular communication, radio broadcasting, and the new Digital and Media Education paradigms proposed by the Brazilian Ministry of Education (MEC). The study demonstrates how a critical understanding of media is a prerequisite for citizenship and the engagement of social movements. By investigating aspects of advertising relationships and radio programming, the research shows that media literacy is fundamental for exercising citizenship and strengthening social struggles. Methodologically, the study employs documentary and sound content analysis to examine alternative radiomorphosis. The focus lies on the role of free radio and ethnomedia—Indigenous and Black—as decolonial tools for confronting structural racism. The work also introduces the concept of Virtual Media Aquilombamento (AVM), defining it as a central analytical category for understanding the resistance of these communities in the digital environment through podcasts and web radios. It concludes that such initiatives operate as a "guerrilla of the airwaves," promoting counter-narratives and parity of participation against the mainstream. Finally, it argues that Media Education must prioritize the interiorization and visibility of minority voices, integrating alternative productions into the school environment as a critical strategy for the reconfiguration of symbolic territories and the democratization of communication in Brazil.



Palavras-chave: Etnomídias Indígenas.
Educomunicação Quilombola. Rádios
Comunitárias Livres.

Keywords: *Indigenous Ethnomedia.*
Quilombola Educommunication. Free
Community Radio.

1 INTRODUÇÃO

“É preciso transformar o rádio, convertê-lo de aparelho de distribuição em aparelho de comunicação. O rádio seria o mais fabuloso meio de comunicação imaginável na vida pública, um fantástico sistema de canalização. Isto é, seria se não somente fosse capaz de emitir, como também de receber; portanto, se conseguisse não apenas se fazer escutar pelo ouvinte, mas também pôr-se em comunicação com ele.” Bertold Brecht – Teoria do Rádio

O direito à comunicação no século XXI transpassa a mera disponibilidade de aparatos tecnológicos, exigindo uma compreensão crítica dos processos de produção, difusão e financiamento das mensagens. Recentemente, "a incorporação da educação digital e midiática nos currículos da educação básica passa a integrar os critérios analisados para habilitação das redes de ensino, um mecanismo fundamental de complementação do Fundeb.

Essa exigência curricular dialoga frontalmente com o histórico da comunicação popular, no qual o rádio figura como um meio tradicional e poderoso de mobilização.

O rádio, desde as perspectivas iniciais teóricas, enfrentou o desafio de sua vocação social. Como já alertava o dramaturgo Bertolt Brecht em 1926, era necessário que o rádio deixasse de ser um mero "aparelho de distribuição" para se tornar um verdadeiro aparelho de comunicação, promovendo uma utopia democratizante que persiste até hoje nas tecnologias digitais. É nesta intersecção que o ensino da chamada Educação Digital e Midiática se faz necessário: para capacitar o cidadão a decodificar as estruturas de poder que determinam os conteúdos e a publicidade no fluxo radiofônico e digital

É com um misto de anseio e urgência que a sociedade contemporânea evoca a palavra "comunidade", carregada de sensações que remetem a um lugar seguro, que se busca incessantemente um retorno. Contudo, a comunidade tradicional, baseada num entendimento da segurança existencial é cada vez mais escassa. A busca por pertencimento, muitas vezes, resulta na invenção de uma "identidade" que, embora possa oferecer um substituto para o lar aconchegante, exige vigilância e exclusão para se manter.

Paralelamente, e com crescente importância no final do ciclo alternativo, emergiu o **jornalismo basista**, intimamente ligado aos movimentos populares e sindicatos. Este tipo de comunicação, que floresceu também em meio a grupos de bairros, de mulheres, e nas CEBs, propunha uma modalidade de **comunicação popular** libertadora e transformadora, que deveria ter o povo como seu gerador e protagonista.

A eficácia dessa comunicação popular é vista como inseparável da sua capacidade de gerar *diálogo* e *participação*, baseada em uma relação *horizontal*. Para que o processo seja autêntico, o comunicador não deve se ver como o emissor exclusivo, mas sim como o *facilitador* ou *organizador*. O modelo ideal é o do **EMIREC** (emissor e receptor simultâneos), cuja prática se inicia pela *pre-alimentação*, ou seja, a escuta atenta das experiências, necessidades e aspirações da comunidade. Somente ao partir dessa percepção da realidade do destinatário, e ao devolver essa realidade em uma formulação pedagógica problematizadora, o grupo popular pode reconhecer-se na mensagem e iniciar o caminho rumo à consciência crítica.

Examinamos como estas experiências se relacionam com o desafio contemporâneo de Bauman (1991) de construir uma "comunidade" real, fundamentada na **igualdade de recursos (redistribuição)** e na **responsabilidade coletiva**, e não em um isolamento excludente. Além disso, integraremos essa perspectiva teórica com Mídias Populares (rádios comunitárias, jornais de bairro, mídias alternativas) no contexto das relações entre grupos sociais específicos (negros, indígenas, movimentos sociais).

A presente investigação adota uma abordagem qualitativa de cunho exploratório e crítico, fundamentada na Análise de Conteúdo (AC) adaptada às especificidades do suporte sonoro. Para conferir rigor ao estudo, o percurso metodológico estruturou-se em três fases: 1) Levantamento bibliográfico sistemático sobre a radiomorfose (PRATA, 2009) e o direito à comunicação; 2) Mapeamento documental das diretrizes de Educação Digital e Midiática do MEC; e 3) Análise de *corpus* exemplificativo composto por episódios selecionados de podcasts de etnomídias indígenas e programas de rádios comunitárias negras (identificar aqui os nomes específicos, ex: Rádio Yandê ou podcasts do movimento quilombola).

A análise do material sonoro segue as premissas de Bardin (2016) e as adaptações para a linguagem radiofônica sugeridas por Cebrián Herreros (2001), observando não apenas a semântica do discurso (o que se diz), mas a pragmática da produção (quem fala e de onde fala). Busca-se identificar como a estrutura narrativa dessas mídias subverte a

taxonomia publicitária convencional, operando o que se denomina aqui como "guerrilha das ondas".

A ontologia do rádio, se coloca então em sua essência, como aquilo transcende a mera transmissão de ondas hertzianas para se consolidar como uma fenomenologia da presença e da escuta. No contexto da educação midiática, compreender o "ser" do rádio significa resgatar sua vocação dialógica original — o que Brecht definia como um aparelho de comunicação e não apenas de distribuição. Frente à onipresença das mídias digitais, a ontologia radiofônica não se dissolve, mas se transmuta; ela habita a "radiomorfose" como um processo de permanência na mudança. Assim, o rádio deixa de ser um objeto técnico estático para se tornar um fluxo de consciência coletiva, onde a oralidade e a sonoridade atuam como ferramentas pedagógicas de resistência e de subjetivação decolonial, fundamentais para um letramento digital que não seja apenas instrumental, mas profundamente humano e político. Veremos então a seguir como esse contexto se manifesta frente ao que consideramos como rádios alternativo.

2 MÍDIAS ALTERNATIVAS E RADIOJORNALISMO

A compreensão das mídias alternativas e do rádio de caráter popular exige, invariavelmente, uma incursão pelas garantias fundamentais que sustentam a circulação de discursos na esfera pública. Não se trata apenas de uma escolha tecnológica, mas da materialização do Artigo 221 da Constituição Federal de 1988, que estabelece a preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas na produção das emissoras. Nesse sentido, a transição da radiodifusão convencional para as práticas insurgentes de rádio livre encontra amparo no princípio da democratização da informação e no Artigo 5º (incisos IX e XIV) da Carta Magna. Contudo, a efetivação desse direito enfrenta gargalos regulatórios, como os limites impostos pela Lei nº 9.612/1998 (Lei do Serviço de Radiodifusão Comunitária), que, embora institua o serviço, impõe restrições de potência e alcance que tensionam a soberania comunicacional. Assim, para fundamentar essa prática como ferramenta de emancipação, é imperativo analisar como o arcabouço normativo brasileiro tem abrigado — ou limitado — as demandas por uma comunicação plural, inserindo o debate no campo das políticas públicas e da justiça social.

2.1 O contexto da direito à comunicação

O direito à comunicação no século XXI transpassa a mera disponibilidade de aparatos tecnológicos, exigindo uma compreensão crítica dos processos de produção, difusão e financiamento das mensagens. Essa exigência curricular dialoga frontalmente com o histórico da comunicação popular, no qual o rádio figura como um meio tradicional e poderoso de mobilização.

O rádio, desde as perspectivas iniciais teóricas, enfrentou o desafio de sua vocação social. Como já alertava o dramaturgo Bertolt Brecht em 1926, era necessário que o rádio deixasse de ser um mero "aparelho de distribuição" para se tornar um verdadeiro aparelho de comunicação, promovendo uma utopia democratizante que persiste até hoje nas tecnologias digitais. É nesta intersecção que o ensino da chamada Educação Digital e Midiática se faz necessário: para capacitar o cidadão a decodificar as estruturas de poder que determinam os conteúdos e a publicidade no fluxo radiofônico e digital

No contexto dos movimentos sociais, o rádio ganha relevo através das emissoras comunitárias. "São as emissoras que, a princípio, devem atender à comunidade", possuindo um sinal de pequeno alcance, mas que cumpre uma função essencial no bairro ou região. A programação dessas emissoras é estritamente local e busca "ajudar a melhorar a vida do morador do bairro e outras ações de conscientização".

Obras focadas neste fenômeno demonstram como essas emissoras servem ao desenvolvimento local e representam a "alternativa ao processo permanente de globalização que agita a humanidade, atuando como difusor permanente da cultura regional". Trata-se, nas palavras do pensador canadense Marshall McLuhan, do "tambor tribal" ecoando pelo país. De forma pragmática, o ensino crítico da mídia deve mostrar aos alunos que "para quem faz rádio comunitária é preciso saber que a produção é praticamente a mesma, o que muda é o foco", visto que a rádio comercial foca em temas nacionais e globais, enquanto a comunitária prioriza sua região imediata.

2.2 O surgimento do jornalismo sonoro alternativo (rádios livres)

O jornalismo sonoro, especialmente o rádio em suas formas não-convencionais, apresenta-se como um meio alternativo por excelência, devido ao seu baixo custo e agilidade.

A experiência da rádio livre surge como um movimento de experimentação de novas modalidades de democracia. Seu objetivo é encorajar a expressão das singularidades sociais e individuais, dando a elas "a devida importância na sua expressão social e individual, de lhes dar a devida importância no seu contexto social global".

Bertolt Brecht, já em 1932, havia postulado que o rádio deveria ser transformado de um simples aparelho de transmissão em um aparelho de comunicação, permitindo que o ouvinte superasse o isolamento e se mantivesse "em relação". O conceito da rádio livre se alinha a essa visão, buscando superar a unilateralidade da radiodifusão e o monopólio do discurso, em um mecanismo de diálogo.

Na prática das rádios livres, a experiência caminha em oposição ao culto da especialização, pois busca introduzir a palavra viva, cheia de força, indecisão e desejo. O princípio orientador fundamental da rádio livre era fazer com que o "ouvinte" se sentisse dentro e participante de um movimento. Os jornalistas da rádio livre propõem-se a desconstruir a pragmática que impõe a concepção de cima para baixo, e a reintegrar a rádio na vida da comunidade.

Em um contexto de América Latina, a luta pela legalização das rádios comunitárias atingiu seu auge na era da informática, momento em que "multiplicam-se experiências e projetos de rádios comunitárias". No Brasil, o aumento no uso de alto-falantes foi significativo, devido às limitações de ocupação de espaços comerciais e à legislação autoritária de radiodifusão.

3 COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA, PRODUÇÃO E GESTÃO DE MÍDIAS INDÍGENAS E NEGRAS

A compreensão das mídias indígenas e negras como espaços de gestão e produção autônoma exige uma imersão na própria ontologia do rádio, que se define pela capacidade de presença e pela força da oralidade como constituinte de realidades. No cenário contemporâneo, essa natureza ontológica — o 'ser' radiofônico — não se dissolve na digitalização, mas encontra novos horizontes por meio da educação midiática. Esta última atua como a ponte que permite ao rádio transitar de uma função meramente informativa para uma função existencial e política, onde o resgate da voz ancestral se funde à agilidade dos algoritmos. Assim, a radiomorfose não é vista como uma perda de identidade, mas como uma expansão do presente: um horizonte onde a educação digital capacita as

comunidades para que a lógica de transformação da comunicação popular não seja apenas um desejo teórico, mas uma prática técnica e soberana de reconstrução de mundos.

3.1 A perspectiva da comunicação popular e a lógica de transformação

A comunicação comunitária e popular se baseia na busca por uma "outra" comunicação: liberadora, participativa, conscientizadora, problematizante. O modelo clássico de comunicação, que privilegia a fonte e vê o receptor como passivo, é criticado. Os críticos latino-americanos, em oposição ao modelo "bancário" (onde o receptor é visto como mero depositário da informação, como na "educação bancária" de Freire), propõem um novo conceito de comunicação que é "um modelo humanizado, não elitista, democrático e não-mercantilista.

O cerne da comunicação popular é a participação e a horizontalidade:

Freire está, na verdade, definindo a comunicação como a situação social na qual as pessoas criam conhecimentos juntas, transformando e humanizando o mundo em vez de transmiti-lo, dá-lo ou impô-lo. A comunicação é uma interação entre Sujeitos iguais e criativos. (LIMA, 2011, p. 103)

Para que a comunicação seja autêntica e eficaz, a prática deve começar pela "pré-alimentação", que consiste em ouvir atentamente as experiências, necessidades e aspirações da comunidade. A comunicação popular visa contribuir para o auto-reconhecimento entre trabalhadores e moradores, desenvolvendo uma linguagem comum e um espaço político e social.

As mídias populares, comunitárias e alternativas estão intrinsecamente ligadas a grupos que empreendem lutas sociais e buscam transformações nas condições de vida de populações específicas.

O estudo dessas iniciativas permite a Suzina (2022) discutir as assimetrias políticas, que representam um aprofundamento das desigualdades socioeconômicas. A assimetria política ocorre quando um grupo ou indivíduo que sofre seus efeitos "não tem permissão ou condição para discutir e participar de decisões importantes sobre sua vida". As desigualdades na esfera midiática são consideradas faces de uma democracia assimétrica.

A articulação de diversas mídias (jornais, rádio, agências de notícias) de movimentos sociais, ONGs e associações comunitárias pode ser observada como um

"movimento de mídia" (*media movement*), que é a "luta pelo espaço de outras lutas". A apropriação dos meios torna-se uma ação política de enfrentamento das assimetrias.

A ruptura digital é um processo de longo prazo que transformou aspectos concretos das práticas de comunicação popular. Embora a digitalização amplie as oportunidades de visibilidade e alcance das mensagens, o acesso ampliado às tecnologias não elimina as desigualdades. O grau de apropriação das tecnologias digitais é diverso e está relacionado às condições sociais e aos propósitos estratégicos e políticos.

As mídias populares enfrentam desafios de gestão e produção devido ao seu caráter:

- Voluntário: O trabalho voluntário das equipes é uma característica, mas também uma dificuldade, juntamente com a precariedade da infraestrutura e a falta de registros.
- Dissonância: Como contribuição potencial para a mudança social, a mídia popular busca produzir dissonância, que significa criar e circular narrativas alternativas que desafiem as visões de mundo dominantes. Suzina (2022) distingue a dissonância crítica (oferta de fontes diversificadas de informação) da dissonância solidária (construir laços e promover a convivência).

No campo da comunicação comunitária, as Comunidades Eclesiais de Base (CEBs), frequentemente apoiadas pela Igreja Católica, tiveram um papel significativo no Brasil desde a década de 1970. A Igreja, historicamente, passou a adotar uma atitude pastoral que valorizava os "meios grupais de comunicação". As CEBs deram origem às primeiras experiências de rádios populares e as impulsionaram a se envolverem em reivindicações de interesse popular.

Por outro lado, é importante ressaltar também o papel que o papel das rádios livres na reforma agrária é apresentado metaforicamente como uma "reforma agrária no ar". Esta analogia, proposta pelos autores Arlindo Machado, Caio Magri e Marcelo Masagão (1986), define o movimento das rádios livres como a ocupação do espectro eletromagnético, quebrando o monopólio da comunicação detido pelo Estado e por grandes grupos comerciais. A obra sugere que essa democratização das ondas permite que grupos marginalizados, incluindo especificamente "os camponeses diretamente de suas terras ocupadas", possam transmitir suas próprias pautas e lutas, falando diretamente sobre suas realidades sem depender dos intermediários da mídia tradicional.

O objetivo era "eliminar os intermediários, intérpretes, comentaristas e deixar que os acontecimentos sejam reportados pelos seus próprios personagens". O ouvinte torna-se "locutor de seus conflitos e necessidades, sem precisar de representantes".

3.2 Etnomídia indígena

A etnomídia é conceituada como uma ferramenta fundamental para a autorrepresentação de grupos que foram historicamente excluídos dos discursos dominantes. O termo é adotado por diversos grupos étnicos, como indígenas, quilombolas, caiçaras e romanis, que buscam se autorrepresentar por meio da convergência de mídias.

No contexto específico desta discussão, as etnomídias indígenas surgiram como um mecanismo de expressão alternativa-popular. A jornalista Renata Tupinambá (2016) define a etnomídia como:

“[...] uma ferramenta de empoderamento cultural e étnico, por meio da convergência de várias mídias dentro de uma visão etno. Por isso o uso deste prefixo” (TUPINAMBÁ, 2016 *apud* DEMARCHI; GOMES, 2022, p. 12). A etnomídia se distingue por ser o resultado da apropriação de diferentes grupos étnicos de mídias e da convergência midiática. Ela possibilita conceber e realizar a comunicação de maneiras diversas, afastando-se do formato jornalístico tradicional, pois “[...] traz para os conteúdos produzidos visões de mundo dos comunicadores, suas etnias e culturas, contribuindo para a descolonização dos meios de comunicação” (TUPINAMBÁ, 2016 *apud* DEMARCHI; GOMES, 2022, p. 12).

Historicamente, o termo foi precedido pelo "etnojornalismo". Enquanto o etnojornalismo se concentrava especificamente no jornalismo produzido pelos povos originários, visando a veiculação de notícias e informações, os comunicadores populares perceberam que apenas este termo não era suficiente para descrever a amplitude de conteúdos produzidos.

Assim, o termo "etnomídia" ou "etnocomunicação" ganhou força para enfatizar uma estratégia mais ampla de reconhecimento, resgate cultural e divulgação das culturas das populações indígenas, sendo totalmente livre de formatos preestabelecidos pela prática jornalística ocidental. Denilson Baniwa (2017) complementa que o conceito foi importado das mídias indígenas estrangeiras (Canadá e Estados Unidos), sendo adaptado

no Brasil como uma mídia “[...] que não é mastigada para a massa, mas sim para o entendimento de um grupo, de um grupo que sofre as mesmas coisas, que veem as mesmas coisas, e que anseiam pelas mesmas coisas”.

As etnomídias surgiram em um cenário de silenciamento e falta de conhecimento sobre os povos indígenas na sociedade brasileira. Por séculos, as narrativas sobre os povos originários foram contadas pelos colonizadores, perpetuando estereótipos. O imaginário europeu, muitas vezes, retratava os indígenas como “selvagens”.

Apesar da dificuldade em definir uma data precisa para a inserção indígena nas redes digitais, alguns marcos e movimentos históricos são cruciais:

A "Descolonização" Sonora: O marco da descolonização midiática no Brasil é frequentemente associado ao surgimento do "Programa de Índio". Transmitido pela Rádio USP entre 1985 e 1991, o programa, idealizado por Ailton Krenak e outras lideranças, foi a primeira experiência do povo indígena do Brasil em rádio, com o objetivo de estabelecer contato direto e desafiar o tempo e as distâncias, buscando “[...] pacificar esses companheiros de trajetória do planeta Terra” (PAPPIANE, 2012, p. 107-118).

O Impulso Digital e o Ciberativismo: O conceito de etnomídia surgiu formalmente em 1997, impulsionado pelo grupo de pesquisa da UFBA. Contudo, a inclusão digital (digitalização e internet) no século XX se tornou uma ferramenta de luta e resistência, permitindo que o indivíduo se "emancipasse" dos poderes hegemônicos. Movimentos como o apoio massivo nas redes sociais aos Guarani-Kaiowá em 2012, em protesto contra uma sentença de despejo, demonstraram o potencial do ciberespaço para o protagonismo indígena.

A emergência das etnomídias se dá, portanto, em um contexto de crise política e de assimetrias. No Amapá, por exemplo, a dificuldade da imprensa em cobrir pautas indígenas e o “apagamento das narrativas indígenas” no espaço público evidenciam a necessidade de protagonismo, reconhecendo a importância de comunicadores das próprias comunidades educados nas mídias contemporâneas.

O principal foco da etnomídia é a criação de contra-narrativas. As populações indígenas utilizam a rede para se contrapor ao “[...] discurso midiático – que deveria ser o terreno da crítica à ordem vigente para romper com o consenso que não seja resultado de debate público – se transformou em um reforço da ideologia dominante e, assim, da permanência da exclusão de minorias” (MELO, 2008, p. 2).

A etnomídia é uma resposta imediata às narrativas hegemônicas, pois tem o propósito de construir novos significados diante dos discursos coloniais. O contra-imaginário, surgido como consequência dessas contra-narrativas, estabelece novas visões de mundo em oposição ao senso comum e aos estereótipos perpetuados.

Há um compromisso com a profundidade e o respeito com que os assuntos são debatidos, transcendendo a lógica do imediatismo e do volume de publicações. A etnomídia é um instrumento de organização popular, com conteúdo crítico-emancipador e reivindicatório (PERUZZO, 2006, p. 04).

O contexto das etnomídias é marcado pela midiaticização, um processo que, para Sodré (2002), representa uma nova forma de sociabilidade, na qual as relações sociais se virtualizam e se inscrevem no que ele chama de “bios midiático”.

Nesta perspectiva, o território, que é uma produção a partir do espaço, é compreendido não apenas em sua dimensão concreta (posse da terra), mas também em sua dimensão simbólica (pertencimento e apropriação). A comunicação, como prática de representação, atua na construção dessas territorialidades.

Assegura que o indivíduo indígena passe a possuir (de fato) o território que habita, moldando sua percepção sobre ele. Dessa forma, a etnomídia, como prática de comunicação alternativa, não apenas resiste às narrativas hegemônicas, mas também cria e ordena um novo território midiático onde a voz indígena se torna protagonista.

3.3 Decolonização das mídias negras

A comunicação negra no Brasil emerge como uma resposta histórica e essencial a um país cuja estrutura social é definida pelo racismo. A resistência negra remonta ao período escravocrata, com a comunicação sendo utilizada desde as revoltas coloniais como forma de articulação das lutas pela liberdade.

O primeiro veículo da chamada imprensa negra no Brasil surgiu em setembro de 1833, o pasquim "O Homem de Côr". Essa prática jornalística, feita para e por pessoas negras, teve como objetivo defender a identidade afro-brasileira e criticar o estigma e o "preconceito de cor". Experiências como essa, juntamente com jornais como "O Lafuente", "O Crioulinho", e "Brasileiro Pardo", demonstram que a população negra, há muito tempo, cria espaços para comunicar suas narrativas na mídia.

O Movimento Negro, por sua vez, atribuiu um novo significado à ideia de raça, politizando-a positivamente como uma ferramenta de emancipação, rompendo com visões negativas e confrontando o mito da democracia racial. A luta desse movimento pela emancipação social no Brasil e na diáspora africana é fundamental, pois, segundo Nilma Lino Gomes (2019, p. 12), temas como racismo, ações afirmativas e africanidades só ganharam reconhecimento epistemológico e político graças à atuação significativa do Movimento Negro.

Em um cenário de confronto com o poder, as organizações de mulheres negras, por exemplo, como a Criola, mantêm suas ações comunicacionais como "ativistas", reconhecendo a comunicação como um campo que pode apoiar esse ativismo no meio digital.

O racismo estrutural se reflete na mídia hegemônica, que endossa a ideologia da supremacia branca, resultando na marginalização e sub-representação da população negra. A falta de representação adequada em espaços de prestígio e destaque constitui um ato de violência simbólica, que deixa à margem a população negra, sua cultura e saberes.

No final do século XX e início dos anos 2000, com a expansão da internet, surgiram novas expressões midiáticas que, por terem características mais específicas e voltadas para o novo ambiente, deixaram de ser chamadas de imprensa negra e passaram a ser reconhecidas como mídias negras.

As mídias negras se definem por uma postura de decolonização, ou seja, de resistência à lógica da colonialidade e seus efeitos materiais, epistêmicos e simbólicos. A comunicação feita por esses coletivos é chamada de comunicação afrodiaspórica decolonial, pois emerge da práxis das mulheres negras na diáspora, respeita o conhecimento ancestral e é constituída por uma perspectiva de emancipação e resistência à modernidade/colonialidade.

Essa nova comunicação se manifesta como contra-hegemônica, pois busca subverter as narrativas dominantes, utilizando as mídias como ferramentas de luta antirracista e para a reconfiguração de construções de sentido estigmatizadas.

O conceito de Aquilombamento Virtual Midiático (AVM), proposto por Alice Oliveira de Andrade (2023), é fundamental para entender esse fenômeno. O AVM adapta o conceito de quilombo — local de resistência histórica — ao ambiente digital. As mídias negras são consideradas quilombos virtuais por ecoarem a mesma potência política de libertação das amarras coloniais que os quilombos coloniais possuíam. O AVM estrutura

a análise dessa resistência digital em oito categorias, sendo o Combate (sendo antirracista) e a Resistência (sendo interseccional) essenciais para romper a lógica colonial que sustenta o racismo estrutural.

O conceito de Aquilombamento Virtual Midiático (AVM) surge não apenas como uma metáfora tecnológica, mas como uma estratégia política de sobrevivência e insurgência no ecossistema digital. Enquanto a radiomorfose convencional muitas vezes replica lógicas mercadológicas, o AVM caracteriza-se pela reterritorialização do espaço cibernético por grupos historicamente marginalizados.

Dialogando com a perspectiva de Muniz Sodré (2002) sobre o *ethos* midiático e as proposições de Tupinambá (2016) sobre etnomídia, o AVM opera como um "quilombo contemporâneo" que utiliza a ubiquidade do rádio digital e dos podcasts para romper com o silenciamento imposto pelo racismo estrutural. Aqui, a tecnologia é descolonizada: deixa de ser uma ferramenta de controle para tornar-se um território de cura, preservação de memórias e articulação de direitos.

Ao contrário das redes sociais comerciais, pautadas por algoritmos de exclusão, as iniciativas de AVM — exemplificadas pelas produções de coletivos de comunicação negra e indígena no Brasil — priorizam a ética da ancestralidade e a paridade de participação. Como afirma Suzina (2021), a comunicação popular na América Latina é um exercício de cidadania que, no contexto do AVM, ganha contornos de soberania tecnológica e cognitiva.

A migração e a adaptação das mídias negras ao digital abriram caminho para diversos formatos, incluindo a produção de sites, blogs, canais de vídeo, e podcasts. A internet, apesar de não ser um ambiente livre de controles sociais (como o racismo algorítmico), tem se tornado um espaço de disputas narrativas.

No jornalismo sonoro, as rádios alternativas no Brasil ganharam força a partir da década de 1970, diferenciando-se dos formatos *mainstream* pasteurizados e homogeneizadores, sendo "alternativas a quê? Ao establishment" (KISCHINHEVSKY, 2007, p. 24).

No contexto do Movimento Negro, existem experiências consolidadas de jornalismo sonoro alternativo e comunitário:

Rádios Comunitárias Antirracistas: Há exemplos de rádios comunitárias instaladas fora de comunidades quilombolas, mas ligadas a movimentos negros, como a

Rádio Comunitária Quilombo FM em Porto Alegre (RS) e a Rádio Zumbi dos Palmares em João Pessoa (PB).

Comunicação de Base: A comunicação popular e comunitária se distingue por seu comprometimento com o desenvolvimento e emancipação das comunidades subalternizadas. O objetivo é ser um instrumento nas lutas sociais, reivindicando direitos e participação por meio de um conteúdo midiático crítico e voltado para a emancipação.

Apropriação Tecnológica: As novas tecnologias de comunicação, como o rádio na internet e as redes sociais, auxiliam no rompimento de barreiras, permitindo que vozes antes reprimidas ou invisíveis encontrem canais para difundir suas mensagens. O ativismo digital das mulheres negras, por exemplo, utiliza o ciberativismo para potencializar as estratégias do Movimento de Mulheres Negras nas redes sociais.

A produção de um jornalismo sonoro por mídias negras — seja via rádio comunitária tradicional ou podcast digital — é, portanto, um ato de resistência que se recusa a ser silenciado. Essa comunicação busca a multiplicação de emissores e a apropriação coletiva dos media, utilizando o afeto e a solidariedade como categorias de análise (Estratégias Sensíveis) para denunciar as violências, como o feminicídio e o genocídio da juventude negra, e promover o Bem Viver.

4 A EDUCAÇÃO DIGITAL E MIDIÁTICA COMO PRÁTICA TRANSFORMADORA: ESTRUTURAS NARRATIVAS, PUBLICIDADE E O CAPITAL NO RÁDIO

[...] enquanto não houver essa visão crítica das redes sociais e a vigilância, estas serão simplesmente reprodutora de processos algorítmicos das inteligências artificiais. Faz-se necessário criar uma educação que pense melhor e mais criticamente do que é produzido e reproduzido por máquinas que levem até a fake news. Por mais que a vigilância biopolítica seja aprisionadora, uma vigilância epistemológica pode ser paradoxalmente libertadora [...] (SANTOS; SANTOS, 2023, p. 10)

Para que a educação midiática proposta a partir do contexto apresentado seja efetiva, deve-se desvelar a economia política da comunicação e a mecânica persuasiva. Resumindo os achados de Clóvis Reis (2012) acerca das classificações dos formatos de anúncio no rádio, nota-se que a publicidade é um gênero próprio que se ajusta ao modelo narrativo da programação. Reis (2008) pontua as dificuldades metodológicas em classificar peças baseando-se apenas em sua estética (como *spots* ou *jingles*), propondo,

em vez disso, uma classificação que observa o "critério de ordenamento dos conteúdos na estrutura narrativa da programação".

Segundo essa taxonomia, existem três modos de incluir a publicidade de forma a moldar a recepção do ouvinte: "1) Durante a transmissão de um programa [...] 2) Na pausa publicitária (intervalo comercial) [...] 3) Em um espaço autônomo, diferenciado e delimitado, no qual se veicula o anúncio sob a estrutura de um programa". Compreender esses "macroformatos de anúncio" é vital para que os alunos consigam identificar onde a informação isenta termina e a persuasão corporativa começa.

Ademais, a análise de produção executiva e de diferentes produtos radiofônicos evidencia a pressão econômica dos anunciantes, bem como a divisão estratégica do público (classes A, B, C, D e E) nas rádios comerciais. O conhecimento sobre mecanismos coercitivos da publicidade oculta, como o chamado "jabá" (propina paga por empresários e gravadoras para a execução de músicas nas rádios), revela as camadas de corrupção que determinam o que a população consome culturalmente. Munir os estudantes com esse entendimento crítico desmonta a percepção do rádio como um canal neutro.

Para combater a alienação frente às mídias, o Ministério da Educação (MEC) traçou diretrizes claras, fixando o "prazo de dezembro de 2025 para atualização dos currículos das redes de ensino, com implementação a partir de 2026", orientando a integração da educação digital e midiática transversalmente. A meta pedagógica é "garantir que estudantes da educação básica desenvolvam competências essenciais para compreender, criar e participar de forma crítica, segura e responsável no mundo digital".

Um exemplo dessa aplicação no ensino é o Projeto Educom.rádio da ECA-USP, que "objetiva o desenvolvimento de práticas pedagógicas solidárias e colaborativas que permitam à comunidade escolar dar respostas construtivas aos problemas da convivência diária". Ao trazer a linguagem radiofônica para o laboratório escolar, as redes de ensino podem cumprir a vocação do rádio de tirar "o ouvinte do analfabetismo e da ignorância", especialmente em locais carentes. "A integração da educação digital e midiática aos currículos busca garantir que estudantes da educação básica desenvolvam competências essenciais" frente aos sérios desafios ligados à desinformação, ao uso crítico de mídias e à proteção de jovens.

O avanço das tecnologias de informação transferiu parte expressiva do debate midiático para o ambiente online, exigindo que a Educação Digital compreenda não

apenas os meios tradicionais, mas também a dinâmica das redes sociais e do controle algorítmico. Nesse novo cenário digital, a internet trouxe a “[...] possibilidade de expressão e sociabilização através de ferramentas de comunicação mediadas pelo computador (CMC)” (RECUERO, 2009, p. 23). Contudo, essa mesma conectividade instaurou um modelo de vigilância contínua que deve ser problematizado na sala de aula.

Apropriando-se da genealogia do poder de Michel Foucault, compreende-se que as redes sociais operam sob uma lógica de controle onde a vigilância se estabelece como uma “[...] rede de relações de alto a baixo, mas também até um certo ponto de baixo para cima e lateralmente; essa rede ‘sustenta’ o conjunto e o perpassa de efeitos de poder que se apoiam uns sobre os outros: fiscais perpetuamente fiscalizados” (FOUCAULT, 1987, p. 158). O usuário-estudante, portanto, torna-se ao mesmo tempo vigiado e reproduzidor desse sistema panóptico, muitas vezes culminando na disseminação acrítica de *fake news* e na retroalimentação de algoritmos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As escolhas técnicas, aqui como em outros lugares, sempre encobrem escolhas políticas e micropolíticas. Por exemplo, as opções técnicas, no domínio da televisão, têm sido todas centradas numa consumação familiar e individual [...] Com as rádios livres, reencontramo-nos perante o mesmo tipo de problema técnico-político. Mas aqui, por conta do confronto com o poder, é o ‘meio pobre’ que se impõe por si mesmo. De fato, na fase atual, só se pode resistir eficazmente ao bloqueio [interferência] e às buscas e apreensões multiplicando o número de emissores e miniaturizando o equipamento para minimizar os riscos (esta guerrilha cotidiana das ondas não é de modo algum incompatível com uma ‘saída’ à luz do dia...) - GUATARRI – Rádios Livres Populares IN: (SANTOS & ROCHA, 2026, p. 3-4)

A jornada de análise da comunicação em contextos de movimentos sociais revela que o ato de se comunicar e informar é intrinsecamente político e, no Brasil, está profundamente ligado às lutas por emancipação e contra as estruturas de poder hegemônico.

Conforme postulado por Brecht (1932), a comunicação deve ser convertida de "aparelho de distribuição em aparelho de comunicação". Esta pesquisa demonstrou que as diversas formas de jornalismo alternativo e popular, desde a imprensa de resistência política da ditadura militar até a comunicação basista das CEBs e sindicatos, internalizaram essa necessidade, buscando o diálogo e a participação horizontal como princípios.

No contexto dos movimentos sociais, o rádio ganha relevo através das emissoras comunitárias. São as emissoras que, a princípio, devem atender à comunidade, possuindo um sinal de pequeno alcance, mas que cumpre uma função essencial no bairro ou região. A programação dessas emissoras é estritamente local e busca ajudar a melhorar a vida do morador do bairro e promover ações de conscientização.

De forma pragmática, o ensino crítico da mídia deve mostrar aos alunos que a produção da rádio comunitária é estruturalmente semelhante à comercial, alterando-se fundamentalmente o foco político e geográfico da mensagem transmitida.

Para que a educação midiática seja efetiva, deve-se desvelar a economia política da comunicação e a mecânica persuasiva. A publicidade no rádio opera através de macroformatos que se ajustam ao modelo narrativo da programação. Compreender onde a informação isenta termina e a persuasão corporativa começa é vital. Munir os estudantes com o entendimento crítico sobre os mecanismos coercitivos de anunciantes e gravadoras desmonta a percepção do rádio como um canal neutro.

Para combater a alienação frente às mídias, a integração da educação digital e midiática transversalmente busca garantir que os estudantes desenvolvam competências essenciais para compreender, criar e participar de forma crítica no mundo digital. Ao trazer a linguagem radiofônica para o laboratório escolar — como ocorre em projetos de educomunicação —, as redes de ensino podem cumprir a vocação do rádio de promover a cidadania e o letramento crítico frente à desinformação.

A intersecção entre o rádio, a comunicação popular e a publicidade provê um vasto material empírico para o avanço da Educação Digital e Midiática, seja investigando a apropriação dos espaços pelas rádios comunitárias, seja dissecando as artimanhas dos macroformatos publicitários e os interesses comerciais no rádio, a sala de aula se torna um laboratório de cidadania. Como reforça o MEC, o momento "contribui para incentivar políticas educacionais que ampliem oportunidades de aprendizagem e promovam maior equidade", formando alunos capazes de intervir criticamente nos movimentos sociais e nas mídias de seu tempo.

No domínio do jornalismo sonoro alternativo, as rádios livres e comunitárias que surgiram como o "meio pobre" que se impõe por si mesmo em confronto com o poder. Ao se opor ao culto da especialização e buscar "introduzir nas antenas a palavra viva, cheia de força, indecisão e desejo", o rádio livre cumpriu a metáfora da "reforma agrária

no ar", quebrando o monopólio e permitindo que "os acontecimentos sejam reportados pelos seus próprios personagens".

A apropriação dos meios por grupos étnicos específicos confirma o poder decolonizador dessa prática. As etnomídias indígenas e as mídias negras respondem à histórica marginalização e à violência simbólica criando contra-narrativas e estabelecendo novos "territórios midiáticos". Seja através do marco da rádio (como o "Programa de Índio"), seja por meio do Aquilombamento Virtual Midiático (AVM), essas mídias exercem uma "guerrilha cotidiana das ondas", lutando pelo direito à representação e à paridade de participação, conforme a crítica às assimetrias políticas.

Em última análise, as experiências de comunicação popular, alternativa e comunitária no Brasil, em suas diversas formas (impressa, sonora, digital), convergem para o desafio contemporâneo de construir uma "comunidade" real. Essa comunidade não se fundamenta no isolamento excludente, mas sim, na responsabilidade coletiva e na igualdade de recursos, provando que a luta pela democratização dos meios de comunicação é inseparável da luta mais ampla pela emancipação social e decolonial do país.

Conclui-se então que a literacia midiática, ao incorporar os desdobramentos da vigilância digital e das redes de poder, não pode se limitar ao uso instrumental da tecnologia. Pelo contrário, ela requer uma postura ativamente crítica e metodológica — uma verdadeira vigilância epistemológica. Seja desconstruindo a grade de programação de uma emissora, seja questionando o panoptismo e as fake news disseminadas nas plataformas digitais, a educação midiática firma-se como uma prática paradoxalmente libertadora, essencial para formar alunos capazes de intervir com consciência e autonomia na sociedade de seu tempo

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Alice Oliveira de. **Aquilombamento virtual midiático: uma proposta teórico-metodológica para o estudo das mídias negras**. 2021. Tese (Doutorado em Estudos da Mídia) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia, Natal, 2021

BARBERO, Jesús. Comunicación y cultura popular in: Comunicação, cultura y hegemonía. In: MELO, José Marques de, org. **Comunicação na América Latina**. São Paulo, Papyrus, 1989, p. 83-98

BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade: A busca por segurança no mundo atual.** Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo.** Tradução de Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2016.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.** Brasília, DF: Presidente da República, [2024]. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 21 mar. 2026.

BRASIL. **Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998.** Institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária e dá outras providências. Brasília, DF: Diário Oficial da União, 1998. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19612.htm. Acesso em: 21 mar. 2026.

BRASIL. Ministério da Educação (MEC). Educação Digital e Midiática passa a integrar critérios do VAAR. Brasília, DF: MEC, 17 mar. 2026

BRECHT, Bertolt. "Théorie de la rádio" in **Sur le cinéma.** Paris: L'Arche, 1970.

CEBRIÁN HERREROS, Mariano. **La radio en la red: oralidad, interactividad y ciberradio.** Buenos Aires: La Crujía, 2001.

COGO, Denise Maria. **No ar... uma rádio comunitária.** São Paulo: Paulinas, 1998. (Coleção Comunicação e estudos)

DEMARCHI, André Luis Campanha; GOMES, Débora dos Santos. Etnomídia: contranarrativas indígenas nas redes digitais. **Revista Extraprensa**, v. 16, n. 1, p. 5-23, 2022.

FOUCAULT, M. **Vigiar e punir: nascimento da prisão.** Tradução de Raquel Ramallete. Petrópolis, RJ: Vozes, 1987

GOMES, Nilma Lino. **O movimento negro educador: saberes construídos nas lutas por emancipação.** 1. ed. Petrópolis: Vozes, 2019.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **O rádio sem onda: convergência digital e novos desafios radiofônicos.** Rio de Janeiro: E-Papers, 2007.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalistas e Revolucionários: Nos tempos da imprensa alternativa.** 1. ed. [S.l.]: Editora Página Aberta Ltda., 1991.

LIMA, Venício A. **Comunicação e cultura.** As ideias de Paulo Freire. 2.ed. rev., Brasília: UnB/ Perseu Abramo, 2011.

MACHADO, Arlindo; MAGRI, Caio; MASAGÃO, Marcelo. **Rádios livres: A reforma agrária no ar.** São Paulo: Brasiliense, 1986.

MELO, Patrícia Bandeira de. **O Índio na Mídia: Discurso e Representação Social**. Fundação Joaquim Nabuco, 2008.

ORTRIWANO, G. S. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. São Paulo: Summus Editorial, [s.d.].

PAPPIANE, Angela. Programa de Índio: criando uma ponte sonora entre as culturas. **Revista Novos Olhares**. Vol.1 N.1. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/novosolhares/article/download/51452/55519>. Acesso em 25 abr. 2021

PERUZZO, Cicilia M. K. **A participação na comunicação popular**. São Paulo, 1991. Tese de doutorado apresentada à Comissão de Pós-Graduação da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo.

PRADO, M. **Produção de rádio: um manual prático**. Rio de Janeiro: Elsevier / Campus, 2006.

PRADO, J. do. **Dos consultórios sentimentais à rede: apoio emocional pelas mídias digitais**. São Carlos: UFSCar, 2015.

PRATA, Nair. **Webradio: novos gêneros, novas formas de interação**. Florianópolis, Insular, 2009

RECUERO, R. da C. **Comunidades em redes sociais na internet: proposta de tipologia baseada no fotolog.com**. 2006. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/8614>. Acesso em: 17 set. 2025.

REIS, C. Publicidade no rádio: Classificação dos formatos de anúncio a partir do critério de ordenamento dos conteúdos na estrutura narrativa da programação. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 9, n. 24, p. 227-244, maio 2012.
REIS, C. **Propaganda no rádio: os formatos de anúncio**. Blumenau: Edifurb, 2008.

SANTOS, Debora Maria dos; SANTOS, Poliana Coêlho dos. Arqueologia e genealogia da vigilância e seus desdobramentos nas redes sociais e no ensino da Cultura Digital. **Revista Cacto - Ciência, Arte, Comunicação em Transdisciplinaridade Online**, v. 3, n. 2, p. e23028, 2023. DOI: 10.31416/cacto.v3i2.858. Disponível em: <https://revistas.ifsertaope.edu.br/index.php/cacto/article/view/858>. Acesso em: 21 mar. 2026.

SANTOS, D. M. dos; ROCHA, G. K. da. Rádios livres populares - Félix Guatarri: GUATTARI, Félix. “Les radios libres populaires” in *Nouvelles Revue Théorique*. n. 115, jun./jul. 1978. **Kalágatos**, v. 23, n. 1, p. eK26020, 2026. DOI: 10.52521/kg.v23i1.17658. Disponível em: <https://revistas.uece.br/index.php/kalagatos/article/view/17658>. Acesso em: 21 mar. 2026.

SODRÉ, Muniz. O ethos midiaticizado. In: **Antropológica do Espelho**. Por uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002

SOUZA, Francisca; Rocha, Gabriel; SANTOS, Debóra. A educação não formal e sua contribuição para a comunicação e formação social do sujeito. **BOCA – Boletim de Conjuntura**. Ano VI, Volume 17, Nº 49, 2024. <http://www.ioles.com.br/boca>
Disponível em: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10614319> Acesso em 21 de Março de 2026.

SUZINA, Ana C. **The Evolution of Popular Communication in Latin America**. Palgrave Macmillan, 2021.

TUPINAMBÁ, Renata. Etnomídia, uma ferramenta para a comunicação dos povos originários. **Brasil de Fato**, Niterói, Rio de Janeiro, 11 de agosto de 2016. Disponível em: <<https://www.brasildefatopr.com.br/2016/08/11/etnomidia-por-uma-comunicacao-dos-povosoriginarios>>. Acesso em: 13 fevereiro de 2025.

VELOSO, Maria do Socorro Furtado; ANDRADE, Alice Oliveira de. Aquilombamento virtual midiático: uma estratégia metodológica para o estudo das mídias negras. Revista **ALCEU**, v. 21, n. 44, p. 172-189, 2021. DOI: 10.46391/ALCEU.v21.ed44.2021.247. Disponível em: <https://alceu.emnuvens.com.br/alceu/article/view/247>. Acesso em: 11 out. 2024.

Contribuição dos autores

Todos os autores contribuíram igualmente para o desenvolvimento deste artigo.

Disponibilidade dos dados

Todos os conjuntos de dados relevantes para as conclusões deste estudo estão totalmente disponíveis no artigo.

Como citar este artigo (APA)

Santos, D. M. dos, & Rocha, G. K. da. (2026). O DIREITO À COMUNICAÇÃO POR MEIO DO RÁDIO: EDUCAÇÃO DIGITAL E MIDIÁTICA NO CONTEXTO DOS MOVIMENTOS SOCIAIS E DA ONTOLOGIA DA RADIOMORFOSE ALTERNATIVA. *Veredas Do Direito*, 23(5), e235493. <https://doi.org/10.18623/rvd.v23.5493>